

# 青山通りにおけるネイルサロンの立地とその料金の地域差

鈴木 柚里奈

本学地理・環境専攻 2014年3月卒業

## I. はじめに

### 1. 本稿の目的

日本におけるネイル産業の市場規模は2005年時点において約1,114億円、2012年時点において約2,165億円と拡大している(表1)。ネイルとは「爪に装飾を施すこと」であり、それは女性を中心に浸透してきている。その結果、ネイルサロン数が増加するだけでなく、サービスや商品の価格も低下もするところとなり、ネイルはますます身近なものとなってきた(日本ネイリスト協会：2012)。

ネイル産業はネイルサービス市場、消費者向けネイル製品市場、ネイル教育市場の3つに分類される。各市場の規模は2005年時点において、消費者向けネイル製品市場が約614億円、次にネイルサービス市場が約428億円、続いてネイル教育市場が約73億円となっている(図1)。2006年以降はネイルサービス市場、次に消費者向けネイル製品市場、ネイル教育市場と続いている。2012年にはネイルサービス市場が

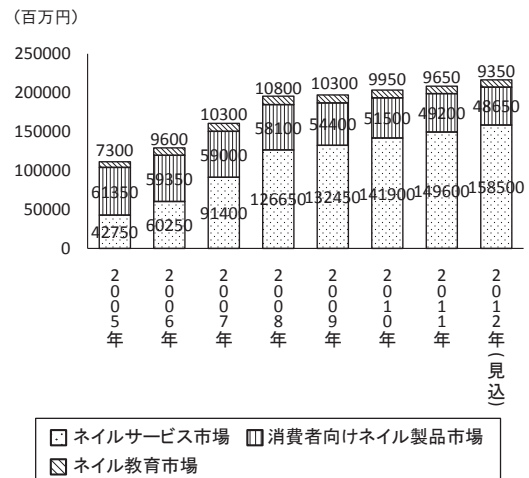


図1 市場別・ネイル産業の推移

日本ネイリスト協会 (2010)、日本ネイリスト協会 (2012) より作成

約1,585億円、消費者向けネイル製品市場は約487億円、ネイル教育市場は約94億円となっており、2005年と比べて2012年のネイルサービス市場は約3倍になっている。

一方、消費者向けネイル製品市場は2005年から2012年の間に約2割減少している。この減少要因としては、消費者向けネイル製品の量産化や百元ショップでの販売、バラエティショップでの小容量商品の販売等があげられる。そのため、7年の間に約2割の減少がみられるが、消費者向けネイル製品市場が縮小したのではなく、価格が低下したためと考えられる(日本ネイリスト協会：2012)。

消費者向けネイル製品市場が減少しているにも関わらず、ネイル産業の市場規模は拡大している。その要因として考えられるのは、ネイルサロン数の増加である(図2)。ネイルサロンは、ネイルサービス業として2014年4月に日本

表1 ネイル産業の推移

	売上高 (単位: 百万円)
2005年	111,400
2006年	129,200
2007年	160,700
2008年	195,550
2009年	197,150
2010年	203,350
2011年	208,450
2012年	216,500

日本ネイリスト協会 (2012) より作成

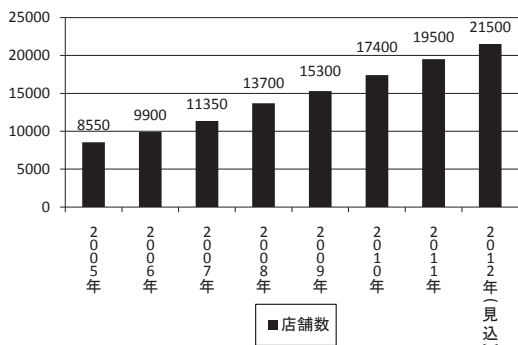


図2 全国のネイルサロン店舗数の推移

日本ネイリスト協会（2010）、日本ネイリスト協会（2012）より作成

標準産業分類に新設されるほどの浸透をみせており、今後ますます増加していくだろう。こうしたネイルサロンはどのような場所に立地するのか、その料金に地域差はみられるのか、それらを明らかにすることは意義深い。

そこで本研究では、ネイル産業の市場規模拡大に大きな役割を果たすネイルサービス市場の主要な担い手であるネイルサービス業（以下、ネイルサロンと記す）を調査対象とし、まず、全国規模でネイルサロンの店舗数と人口の比較を行った。次に、巨大集積地である東京都におけるネイルサロンの店舗数と人口の比較を行った上で、国道246号のうち、東京都千代田区永田町一丁目から東京都渋谷区渋谷三丁目の間の「青山通り」と呼ばれる区間とその周辺300mにおけるネイルサロンの立地とその特徴を把握し、分析を行う。それに加えて、料金の地域差についても明らかにする。

## 2. 従来研究

ネイルサロンを直接的に扱った研究は、地理学においてほとんどみられない。これはネイルサロンに限らずサービス業全般にいえることである。こうした中でサービス業を対象とし、その立地について研究したものには次のようなものがある。

マンガ喫茶を例として、その立地を人口分布との照応を明らかにした原田（2009）、臨床心理士オフィスの立地パターンを土地の価格と関連付けて説明し、立地要因を明らかにした渡部（2006）である。また、新宿駅周辺のネイルサロンを例として、その立地展開を明らかにした川口（2014）がある。他にもサービス業に関する研究は存在はしている。

しかしながら、サービス業は様々な産業が混在しているため、サービス業について全てを網羅する論文はまだないとされている。そのため、まずは個別の産業の調査・分析を蓄積する必要がある。そこで本研究ではネイルサロンを対象として、その立地展開と特徴を明らかにすることを目的とする。

前述のとおり、ネイルサロンの地理学的研究としては、川口（2014）がある。ただし、ここではネイルサロンの特徴と立地との関係や料金については研究されていないことから、本研究では対象地域における立地とその特徴を明らかにすることに加え、料金の地域差についても明らかにする。

## 3. 調査方法

本稿ではまず、ネイル産業の全体像を捉えるために、『ネイル白書2012-2013』をもとにネイルサロンの現状を把握した。それに加え、iタウンページをもとに日本全国におけるネイルサロンの店舗数について把握した。具体的にはiタウンページで「ネイルサロン」、「ネイルサロン 都道府県名」と検索した。大まかな数の把握を目的とするため、掲載された全ての店舗をネイルサロンとした。全国におけるネイルサロンは2014年6月現在、7,191店舗であった。

次に東京都におけるネイルサロンの店舗数を、全国と同じようにiタウンページを利用して把握した。iタウンページで「ネイルサロン 東京都」、「ネイルサロン 市区町村名」と検索し、ここでも掲載された全ての店舗をネイル

サロンとした。東京都におけるネイルサロンは2014年7月現在、1,250店舗であった。

青山通りとその周辺300mにおけるネイルサロンも、日本全国、東京都と同じようにまずはiタウンページを用いたが、より詳細に把握する必要があるため、日本最大級の美容系検索・予約専門サイトであるホットペッパービューティー（リクルート社）も利用した。「ネイルサロン 青山通り」、「ネイルサロン 渋谷駅」、「ネイルサロン 表参道駅」、「ネイルサロン 外苑前駅」、「ネイルサロン 青山一丁目駅」、「ネイルサロン 赤坂見附駅」、「ネイルサロン 永田町駅」とそれぞれ検索し、対象地域に立地する店舗をすべて抽出した。iタウンページとも合わせて、対象地域においてネイルサロンは、2014年7月現在、67店舗が立地していた。

こうして抽出した対象地域におけるネイルサロンの調査を2014年7月23日～25日（午前9時から午後7時まで）に行った。ネイルサロンの現状や特徴を把握するために、聞き取り調査を試みたが、手空きのスタッフがいらない等の理由で、ほとんど調査結果が得られなかった。手空きのスタッフがいらないこと、営業している店舗すべてに来店者がいたことは、ネイル業界が「人気」であることの証左であろう。またネイルサロンに手空きのスタッフがいらないことや、事前予約制が取られているから、川口（2014）が指摘しているように、人による人へのサービスという点で極めて労働集約的な業務であることがネイルサロンの特徴であることもあらためて確認できた。

7月の調査では十分なデータを得られなかったため、再調査を2014年9月12日の午前10時から午後8時までで行った。ここでは前回の調査をふまえ、事前にアンケートを作成し、それを投函することを第一の目的とした。アンケートの内容は以下の通りである。店舗名、会社設立年、開業年、従業員数、主な客層、多忙期、施術台数、集客方法、一回当たりの利用料金、

立地理由である。アンケートに回答の得られたネイルサロンは7店舗であった。

再調査ではアンケートの投函に加え、7月の調査では十分に行えなかった立地とその特徴、利用料金に関しても調査した。立地とその特徴については、立地場所、看板の有無、看板の大きさ、看板に記述されている内容、建物の分類、建物の階数、テナント入居階数、歩道から店内がみえるか、を調査した。立地場所は駅から半径500m以内を「駅前」とし、主要道路沿いにある店舗を「幹線道路沿い」とし、それ以外の店舗を「その他」とした。

料金に関する調査では、対象地域におけるネイルサロンを訪れ、料金表を取得した。また、取得できなかった店舗に関してはホームページから料金表を取得した。料金表が得られた店舗は60店舗である。

「ネイル白書2012-2013」、iタウンページ、対象地域におけるネイルサロンのホームページ、アンケート調査、現地調査によって取得したデータを集計し、分析を行った。

## Ⅱ. ネイルサービス業（ネイルサロン）の定義

ネイルサービス業は、日本標準産業分類において「ネイルサービス業」という独立した産業として、2014年4月に新設された。

日本標準産業分類（2014年4月1日施行）によれば、ネイルサービス業は「N 生活関連サービス業、娯楽業 78－選択・利用・美容・浴場業 789－その他の洗濯・理容・美容・浴場業 7894－ネイルサービス業」に位置する産業である。

ネイルサービス業の定義として、「化粧品・器具等を用いて手および足の爪の手入れ、造形、修理、補強、装飾など爪に係る施術を行う事業所をいう。」と記されている（総務省ホームページより）。

### Ⅲ. 全国および東京都における ネイルサロンの立地

#### 1. 全国規模でみるネイルサロンの立地

対象地域は 青山通りとその周辺300mであるが、その前に日本全国と東京都のネイルサロンの立地について触れる。まず全国におけるネイルサロンの店舗数をみてみよう。

表2は都道府県別にネイルサロンの店舗数を

表2 都道府県別ネイルサロンの店舗数(2014年)

都道府県	店舗数	都道府県	店舗数	都道府県	店舗数
北海道	232	石 川	92	岡 山	118
青 森	41	福 井	64	広 島	151
岩 手	37	山 梨	35	山 口	62
宮 城	85	長 野	182	徳 島	51
秋 田	22	岐 阜	60	香 川	71
山 形	41	静 岡	174	愛 媛	96
福 島	73	愛 知	427	高 知	43
茨 城	77	三 重	84	福 岡	382
栃 木	99	滋 賀	58	佐 賀	36
群 馬	110	京 都	172	長 崎	73
埼 玉	219	大 阪	635	熊 本	125
千 葉	258	兵 庫	354	大 分	52
東 京	1,250	奈 良	80	宮 崎	60
神奈川	395	和歌山	55	鹿児島	81
新 潟	136	鳥 取	19	沖 縄	110
富 山	88	島 根	23	全 国	7,191

iタウンページより作成

表したものである。2014年6月現在、ネイルサロンは、全国に7,191店舗が展開している。都道府県別ネイルサロンの店舗数では東京都が1,250店舗と最も多く、大阪府の635店舗、愛知県の427店舗と続いている。この3都府県で全国の32.2%を占める。それら以外で300店舗以上が立地しているのは神奈川県395店舗、福岡県の382店舗、兵庫県の354店舗であった。他方、店舗数が少ない県としてあげられるのは、鳥取県の19店舗、秋田県の22店舗、島根県の23店舗、山梨県の35店舗、佐賀県の36店舗である。以上のことからネイルサロンの立地は3大都市圏に集中しているといえる。ここからネイルサロンの立地には人口との照応がみられるのではないかと考えられる。

そこで、ネイルサロンの店舗数と人口を比較したのが図3である。東京、大阪、名古屋などの大都市に多く立地していることから、人口の多いところにネイルサロンも多い傾向があるといえる。ただし、神奈川県、千葉県、埼玉県など、人口規模とネイルサロンの立地が必ずしも比例していないところもある。これは神奈川県、千葉県、埼玉県は「東京」と一体化しているためだと考えられる。

ネイルサロン1店舗あたりの人口、つまり何人に1店舗の割合でネイルサロンが存在するの

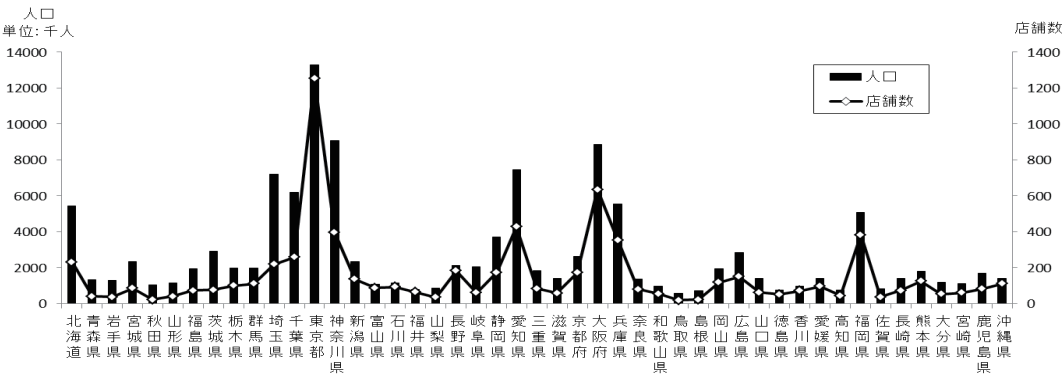


図3 都道府県別ネイルサロンの店舗数と人口(2014年)

iタウンページ、『住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査』(2014年)より作成

かをみると、その数が最も少ないのは東京都の1店舗当たり10,246人であった(表3)。一方、神奈川県は22,633人、千葉県は23,804人、埼玉県は32,733人であり、全国でも1店舗あたりの人口が多く、これらの県では人口に比して店舗数が少なくなっている。ただし東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県をひとつの地域と考えると、当該地域のネイルサロン1店舗あたりの人口は16,521人である。全国では17,590人であり、4都県の店舗数は人口に対して多いことになる。しかも東京都では10,246人に1店舗と全国の中でも突出していることから、やはりネイルサロンは人口の多いところに多く立地しているということができよう。

全国規模でみるように市区町村別でも同じような結果が得られるのだろうか。そこで、全国でネイルサロンが最も多い東京都のネイルサロン数と人口の関係について次節でみていくこととする。

表3 都道府県別ネイルサロン1店舗あたりの人数(2014年)

都道府県	人数 (単位:人)	都道府県	人数 (単位:人)	都道府県	人数 (単位:人)
北海道	23,453	石川	12,532	岡山	16,310
青森	33,267	福井	12,454	広島	18,798
岩手	35,297	山梨	24,237	山口	23,064
宮城	27,230	長野	11,708	徳島	15,244
秋田	48,479	岐阜	34,245	香川	14,108
山形	27,934	静岡	21,448	愛媛	14,874
福島	26,940	愛知	17,070	高知	17,463
茨城	38,235	三重	21,757	福岡	13,255
栃木	20,004	滋賀	24,103	佐賀	23,557
群馬	17,992	京都	14,736	長崎	19,409
埼玉	32,733	大阪	13,667	熊本	14,530
千葉	23,804	兵庫	15,707	大分	22,849
東京	10,246	奈良	17,402	宮崎	18,972
神奈川	22,633	和歌山	18,299	鹿児島	20,948
新潟	17,220	鳥取	30,699	沖縄	13,077
富山	12,258	島根	30,698	全国	17,590

iタウンページ、『住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査』(2014年)より作成

## 2. 東京都におけるネイルサロンの店舗数と人口

ここでは、東京都におけるネイルサロンの店舗数と人口についてみていく(表4)。東京都を区部と市部に分けてみると、区部には1,072店舗(85.8%)、市部には178店舗(14.2%)のネイルサロンが立地している。東京都におけるネイルサロンの立地は、都心部に集積しているといえるだろう。

より詳細をみるべく、東京都におけるネイルサロンの店舗数と夜間人口、昼間人口との関係をみてみよう(表5)。ネイルサロンの店舗数が多い上位20市区町村をみると、渋谷区、港区、新宿区、中央区、豊島区、目黒区、品川区、墨田区、千代田区、台東区、立川市、武蔵野市の

表4 東京都におけるネイルサロンの店舗数(2014年)

区市町村	店舗数	区市町村	店舗数
渋谷区	174	葛飾区	13
港区	142	西東京市	13
新宿区	97	江東区	12
世田谷区	84	北区	11
中央区	82	板橋区	10
豊島区	62	国分寺市	10
目黒区	48	調布市	8
杉並区	39	国立市	7
江戸川区	36	府中市	6
大田区	35	多摩市	6
足立区	33	東村山市	5
品川区	32	福生市	4
墨田区	31	青梅市	3
千代田区	29	日野市	3
立川市	28	稲城市	3
町田市	27	昭島市	2
武蔵野市	26	小平市	2
台東区	23	狛江市	2
練馬区	23	清瀬市	2
中野区	19	東久留米市	2
文京区	19	武蔵村山市	2
八王子市	15	東大和市	1
荒川区	14	あきる野市	1

iタウンページより作成



表5 東京都・市区町村別ネイルサロン店舗数(2014年)と夜間人口、昼間人口

区市町村	店舗数	夜間	昼間	区市町村	店舗数	夜間	昼間
渋谷区	174	204,492	520,698	葛飾区	13	442,586	376,235
港区	142	205,131	886,173	西東京市	13	196,511	157,250
新宿区	97	326,309	750,120	江東区	12	460,819	548,976
世田谷区	84	877,138	812,810	北区	11	335,544	321,581
中央区	82	122,762	605,926	板橋区	10	535,824	493,747
豊島区	62	284,678	422,995	国分寺市	10	120,650	100,798
目黒区	48	268,330	293,382	調布市	8	223,593	195,986
杉並区	39	549,569	480,172	国立市	7	75,510	73,597
江戸川区	36	678,967	570,877	府中市	6	255,506	246,380
大田区	35	693,373	684,451	多摩市	6	147,648	145,569
足立区	33	683,426	608,632	東村山市	5	153,557	125,378
品川区	32	365,302	527,019	福生市	4	59,796	51,582
墨田区	31	247,606	279,272	青梅市	3	139,339	127,303
千代田区	29	47,115	819,247	日野市	3	180,052	158,452
立川市	28	179,668	203,252	稲城市	3	84,835	67,517
町田市	27	426,987	388,575	昭島市	2	112,297	100,273
武蔵野市	26	138,734	153,267	小平市	2	187,035	166,106
台東区	23	175,928	294,756	狛江市	2	78,751	58,983
練馬区	23	716,124	588,243	清瀬市	2	74,104	61,802
中野区	19	314,750	289,176	東久留米市	2	116,546	93,335
文京区	19	206,626	345,423	武蔵村山市	2	70,053	64,590
八王子市	15	580,053	578,039	東大和市	1	83,068	65,959
荒川区	14	203,296	191,626	あきる野市	1	80,868	70,137

※夜間＝夜間人口(単位：人)、昼間＝昼間人口(単位：人)

iタウンページ、2010年国勢調査より作成

12市区町村は夜間人口より昼間人口が多い。一方、昼間人口より夜間人口が多いのは世田谷区、杉並区、江戸川区、大田区、足立区、練馬区、中野区、町田市の8市区町村である。これらの8つの市区町村は、ベッドタウンと商業中心地の特性をあわせ持っている。そのため昼間は都心部へ人口が流出するとともに人口も流入してくる。それでも全体では人口の流出が多いことから昼間人口を夜間人口が上回っているのだとすれば、やはりネイルサロンは人が集まる場所に多く立地しているといえる。

また、下位20市区町村をみると、江東区を除いた19市区町村では夜間人口が昼間人

口を上回っている。このことから昼間に人口が流入している地域にネイルサロンが多く立地しているといえるだろう。

東京都の中で最も店舗数が多いのは渋谷区であり、その次に多いのは港区である。この渋谷区と港区をつなぐ道路のひとつが国道246号であり、東京都千代田区永田町一丁目から東京都渋谷区渋谷三丁目の区間は青山通りと呼ばれている。その青山通りとその周辺300m(以下、対象地域と記す)におけるネイルサロンの立地や特徴、料金の地域差について、次章で述べていくこととする。



することは、対象地域におけるネイルサロンのひとつの特徴といえるであろう。ネイルサロンは、駅前立地でありながら中層階に立地することにより、賃料を抑えて営業しているという川口(2014)の指摘が、対象地域でも認められる。

2. 料金の地域差

1) 比較する基本料金

本節では、目的のひとつでもある料金の地域差についてみていく。

料金は各店の料金表をもとにしており、料金表を取得できた店舗は前述の通り60店舗である。ここでは「ジェルネイルをワンカラーで10本施術した場合の料金」(以下、基本料金)の比較を行う。ジェルネイルとは、液体樹脂(ジェル)を用いたネイルのことである。現在のネイルサロンでは、このジェルネイルが約7割を占め、ネイルサービスの主流となっている(日本ネイリスト協会：2012)。

60店における基本料金の平均は7,436円で

あった。この平均の値よりも高い料金と低い料金との2つに分けて地図上に表したものが図5である。以下、場所による料金の違いをみていくが、永田町駅・赤坂見附駅周辺はネイルサロンが少ないため、そこに立地しているネイルサロンについては料金の分析・考察の対象とはしない。

2) 渋谷駅周辺において平均料金が低い要因

図5をみると、青山一丁目駅を起点とした場合、終点の渋谷駅に近づくにつれて料金が平均以下の店舗が多いようにみえる。そこで渋谷駅周辺のネイルサロンと、東京メトロ半蔵門線で渋谷駅の次駅である表参道駅周辺のネイルサロンとを対象に、料金が平均以上と平均以下の店舗数をみる(表7)。ここでは渋谷駅から半径500m以内に立地しているネイルサロンを「渋谷駅周辺」のネイルサロンとし、表参道駅から半径500m以内に立地しているネイルサロンを「表参道駅周辺」のネイルサロンとする。

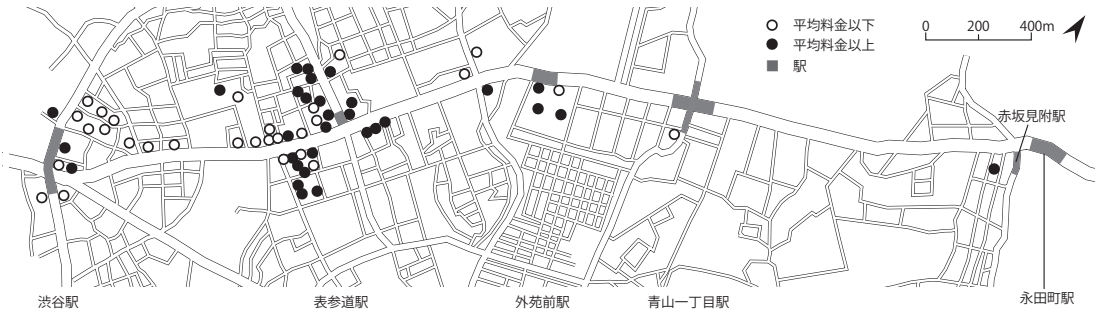


図5 対象地域におけるネイルサロンの料金差  
現地調査より作成

表7 渋谷駅周辺と表参道駅周辺におけるネイルサロンの料金と店舗数

	平均料金以上	平均料金以下
渋谷駅周辺 (n = 15)	3 店舗	12 店舗
表参道駅周辺 (n = 36)	22 店舗	14 店舗

現地調査より作成



渋谷駅周辺では料金が平均以上の店舗が3店舗(20.0%)、平均以下は12店舗(80.0%)である。それに対して表参道駅周辺は、料金が平均以上の店舗が22店舗(61.1%)、平均以下は14店舗(38.9%)であった。やはり渋谷駅周辺は料金が低い傾向にある。

渋谷駅周辺に立地するネイルサロンの料金が低い傾向にあるのには、いくつかの要因がある。Ⅲ章で述べたように日本全国でネイルサロン数が最も多いのは東京都である。その東京都の中でもネイルサロンが最も多いのが渋谷区であり、渋谷区はネイルサロンの激戦区であるといえよう。そのため、対象地域において唯一渋谷区内にある渋谷駅周辺のネイルサロンでは、料金を低く設定せざるを得ないのだろう。

もうひとつの要因としては、渋谷駅周辺は「若者」の街であるということだ。市場調査を行っている日本能率協会総合研究所が2010年に行った「街のイメージに関する調査(東京)」(2014年10月閲覧)や、同じく市場調査を行っているマクロミルが2006年に行った「東京・街のイメージ調査」(2014年10月閲覧)において、「渋谷」のイメージは「若者が多い」、「若者向けの」との結果が出ている。実際に、渋谷駅周辺には「109」といった若い女性向けのテナントを備えたファッションビルが多くある。その周辺には大学や専門学校、短大も多く存在し、渋谷は「若者」が集まりやすい環境にあるといえる。一般に「若者」は相対的に使えるお金が少ない。渋谷は「若者」の街であることから、そこに立地するネイルサロンも料金を低く設定せざるを得ないと考えられる。以上の点が、渋谷駅周辺のネイルサロンの料金が低い傾向の背景にある要因だといえよう。

それを踏まえつつ、対象地域における渋谷駅周辺のネイルサロンの料金について、より詳細にみていくことにする。料金が平均より高い3店舗のうち2店舗は幹線道路沿いに立地しており、1店舗は駅からの直線距離が100m以内の

場所に立地している(図6)。このことから、ネイルサロンの激戦区であり、「若者」の利用者が多いと考えられる渋谷駅周辺のネイルサロンでも、地価が高い場所では料金が高く設定されているといえる。いくら渋谷駅周辺がネイルサロンの激戦区だといっても、地価が高ければ料金を高く設定せざるを得ないということであろう。

### 3) 地価とネイルサロンの平均料金

表参道駅周辺には36店舗が立地し、そのうち平均料金以上の店舗が22店舗(61.1%)を占める。そのうち13店舗は幹線道路沿いに立地し、5店舗は駅からの直線距離が100m以内の場所に立地している(図7)。表参道駅付近のネイルサロンの多くが幹線道路沿いという高地価地点に立地している。そのため料金を高くせざるをえない店が多く、それが当該地区における平均料金を引き上げていると考えられる。

これは外苑前駅周辺や青山一丁目駅周辺についてもいえる。青山通りの路線価をみると、渋谷駅周辺よりも、表参道駅周辺、外苑

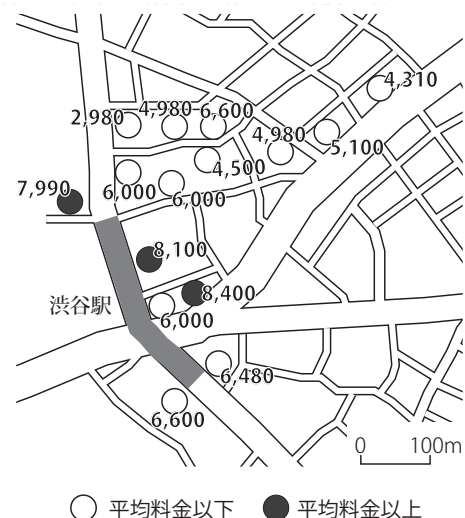


図6 渋谷駅周辺における各店舗の基本料金  
現地調査より作成

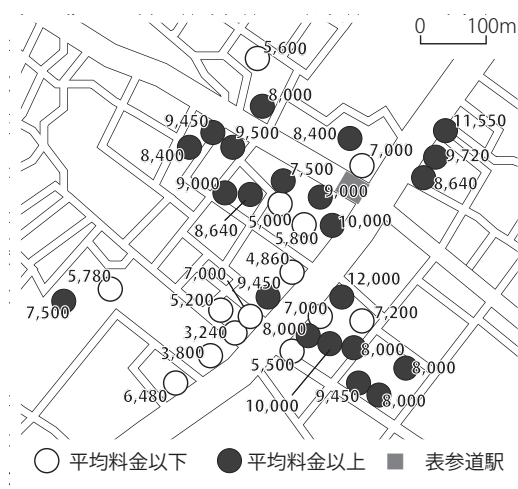


図7 表参道駅周辺における各店舗の基本料金  
現地調査より作成

前・青山一丁目駅周辺の路線価が高く、外苑前・青山一丁目駅周辺では北側よりも南側が高い(図8)。駅別にネイルサロンの平均料金をみると、渋谷駅周辺のネイルサロンは料金が最も低く、表参道駅周辺、外苑前・青山一丁目駅周辺と続いている(表8)。しかも最も平均料金の高い外苑前・青山一丁目駅周辺のネイルサロンは路線価の高い青山通りの南側に多く立地しているため、表参道駅周辺よりも料金が高くなっているといえよう。このように、対象地域におけるネイルサロンは路線価の高いところに

表8 駅別・ネイルサロンの平均料金(2014年)

駅の名称	平均料金
渋谷 ( $n = 15$ )	約5,935円
表参道 ( $n = 36$ )	約7,720円
外苑前・青山一丁目 ( $n = 7$ )	約8,604円

現地調査より作成

立地していると料金も高くなる傾向にあるといえる。

#### 4) 表参道駅周辺における青山通りの南北による地域差

表参道駅周辺に話を戻してみれば、表参道駅周辺では青山通りの南側にあるネイルサロンが、北側にあるネイルサロンよりも料金の高い店舗が多いようにみえる(図7)。実際に表参道駅周辺における青山通りの北側と南側にある店舗を、平均料金以上・以下に分けてみると、青山通りの北側では平均料金以上が12店舗(52.2%)、平均料金以下は11店舗(47.8%)である(表9)。青山通りの南側では平均料金以上が10店舗(76.9%)、平均料金以下は3店舗(23.1%)であった。店舗数でみれば青山通りの北側と南側とでは平均料金以上の店舗が北側で多い。しかし割合をみると、北側が52.2%なのに対し、南側は76.9%であり、南側にある店舗

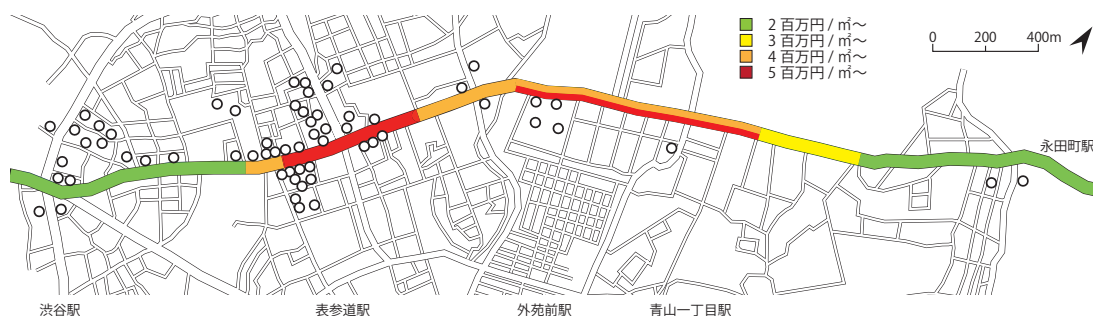


図8 青山通りの路線価(2014年)  
現地調査より作成

表9 表参道駅周辺における青山通りの  
南北による料金別店舗数

	平均料金以上	平均料金以下
北側 (n = 23)	12店舗	11店舗
南側 (n = 13)	10店舗	3 店舗

現地調査より作成

の料金が北側よりも高く設定されている。では、なぜ北側で低く、南側で高いのだろう。

この背景には表参道駅における青山通りの北側には南側と比べて多くのネイルサロンが立地していることがあるだろう。表参道駅周辺におけるネイルサロンは36店舗で、そのうち北側にあるネイルサロンは23店舗である。これは全体の63.9%を占めている。店舗数の多い北側では、競争が激しくなっているため、料金を低く設定せざるを得なくなっていると考えられる。

これらのことから、対象地域におけるネイルサロンの料金には「周囲に競合店があるか」ということや「地価」が大きく反映しているといえるだろう。それ以外にも料金の地域差をもたらす要因があるだろうか。節を改めてみてみよう。

### 3. ネイルデザイン

ネイルサロンの集客は、主に店のホームページや「美容専門予約・検索サイト」のインターネットを利用して行われている。また、利用者は店のホームページや「美容専門予約・検索サイト」によって店の情報を得る。利用者が実際に店を予約する際に重視する点として、「技術」、「価格」、「店の雰囲気」、「接客が良いこと」、「立地が良いこと」、「なじみのネイリストがいること」、「いろいろなサービスを受けられること」があげられる（日本ネイリスト協会：2012）。利用者は、「価格」と「立地が良いこと」については、ある程度確実な情報を得ることができる。一方、「技術」、「店の雰囲気」、

「接客が良いこと」、「いろいろなサービスを受けられること」については実際に利用してみないと分からない。

そこで店側は、得意とするネイルデザインや、その店で施すことが可能なデザインをホームページや美容専門検索サイトに載せている。利用者はそれを見て、爪に施したいネイルデザインを施術することができる店を見つけ出し、価格や立地なども総合的にみて、自分の条件に最も合う店を予約し利用する。つまり多くの場合、「価格」や「立地」の他に、「ネイルデザイン」についても情報を得ることができるわけである。ネイルサロンの利用者にとって「ネイルデザイン」は重要な店の選択理由である。ファッションである以上、ネイルサロンを利用するにあたり、店が施すことのできるネイルデザインと利用者が爪に施したいネイルデザインとが一致することは、料金以前の問題として、重要だからである。このことをふまえて、以下、ネイルデザインと料金の関係についてみていく。

店のホームページやパンフレット、美容専門検索サイトを利用して、各店舗で施すことのできるネイルデザインについて調査した。ネイルデザインが掲載されている店舗は2014年10月現在、49店舗であった。それをもとに各店のネイルの色と飾りの有無についてみていく。具体的には、店で施術できるネイルデザインとしてあげられているものを先頭から20個リストアップした。一般に色はそのトーンによって、純色、明清色、暗清色、中間色の4つに分けられる（表10）。そこで20個のデザインがそれぞれ、どのトーンに当てはまるかを決めた上で、最も多い色のトーンをその店舗の色のトーンとした。飾りについては、①ラインストーン、ホログラムなど、凹凸のあるものが1本の爪に対して5つ以上ついている、②「痛ネイル」（マンガやアニメのキャラクターが描かれているネイル）である、③「スカルプチュア」（爪の長

表10 色のトーン名称とその特徴

色のトーン（ ）は別名	色のトーンの特徴
純色（ビビッドカラー）	最も鮮やかな色。彩度が非常に高く目立つ。
明清色（ティントカラー）	純色に白を混ぜてできた色。濁っていない。
暗清色（シェードカラー）	純色に黒を加えてできた色。濁っていない。
中間色（スモーキーカラー）	純色にグレーを加えてできる色。濁っている。

大井・川崎（2007）より作成

さ出し）が施されている、のいずれかにあてはまるものを飾り付きのデザインとし、20個のデザインに飾り付きのデザインが5つ以上含まれる店舗を「飾り有」の店舗とした。以上の店舗別にみた色のトーンと飾りの有無を地図上にあらわしたものが図9である。

まず色のトーンについて全体の数をみると、明清色が33店舗（67.3％）、純色が9店舗（18.4％）、中間色が6店舗（12.3％）、暗清色が1店舗（2.0％）であった。次に、飾りの有無で

は、飾り有の店舗が15店舗（30.6％）、飾り無の店舗が34店舗（69.4％）であった。対象地域におけるネイルサロンのデザインは明清色が多く、飾り無の場合が多い。とはいえ、渋谷駅周辺は純色かつ飾り有のデザインが多いようにみえる。

そこで、対象地域内の各駅周辺のネイルデザインについて試してみる（表11）。渋谷駅周辺におけるネイルサロンのデザインは、純色の店舗が58.3％と最も多く、飾り有の店舗も75.0％を



図9 各店舗の特徴的ネイルデザイン（色のトーンと飾りの有無）

現地調査より作成

表11 駅別・ネイルデザインの割合（2014年10月現在）

駅の名称	純色	明清色	暗清色	中間色	飾り有	飾り無
渋谷（n = 12）	58.3%	25.0%	0.0%	16.7%	75.0%	25.0%
表参道（n = 31）	6.9%	79.3%	3.5%	10.3%	17.2%	82.8%
外苑前・青山一丁目（n = 6）	0.0%	83.3%	0.0%	16.7%	0.0%	100%

現地調査より作成

占めている。これに対して、表参道駅周辺では明清色の割合が最も高く、飾り無の店舗が圧倒的に多い。外苑前駅周辺と青山一丁目駅周辺はネイルサロン数が少ないため合わせて考えると、そこでは、表参道駅周辺と同じように、明清色が83.3%と高い割合を占めており、飾り有の店舗は皆無である。

渋谷駅周辺に多い飾り有の店では、基本料金を飾りの料金が加算され、1回当たりの料金は高くなってしまわずである。とはいえ渋谷駅周辺は激戦区であり、そのため1回当たりの利用料金が低くなるよう料金を設定する必要がある。飾り有の店では飾りをつける利用客が多いとすれば、店側はベースとなる基本料金を低く設定しても、飾りをつけることの付加料金によって一定の売上を確保できる。そのため渋谷駅周辺では基本料金が相対的に低くなると考えられる。実際に渋谷駅周辺のネイルサロンにおける基本料金の平均は5,935円と対象地域内で最も低い(表9)。

一方、外苑前・青山一丁目駅周辺におけるネイルサロンは飾り有の店舗がなく、平均料金は最も高い8,604円である(表9)。筆者が行ったアンケートでは、対象地域におけるネイルサロン利用者の年齢層は40代(36.8%)が最も多く、次に30代(31.6%)、20代(15.8%)、50歳以上(15.8%)と続いており、30代と40代で全体の68.4%を占める(図10)。こうした30代～

40代の利用者は、一般に純色・飾りありのデザインは避ける。「派手」だからである。職場のドレスコードとしてネイルの色のトーンや飾りの有無が制約される場合もある。そうした場合、明清色かつ飾りのないデザインが施すことのできる、唯一のネイルとなる。

しかも、ネイルは飾りのないシンプルなデザインほど高度な技術が必要であるとされている(調査対象店舗以外のネイリストへの聞き取りによる)。飾りのないデザインを多く掲載していることが高い技術力を持つ証しだとすれば、店側は技術力を示しながら、明清色かつ飾りのないデザインで30代～40代の人を集めていると考えられる。それら世代は「若者」に比べて可処分所得が高いから、基本料金も高く設定できる。これが外苑前・青山一丁目駅周辺のネイルサロンで相対的に料金の高い理由であろう。

また表参道駅周辺におけるネイルサロンのデザインは、明清色が多く、飾りが無の場合が多い。一見、外苑前・青山一丁目駅周辺と同じようにみえるが、外苑前・青山一丁目駅周辺では「明清色・飾り無」なのに対し、表参道駅周辺では、「明清色・飾り無」の場合が多いものの、「飾り有」という店もある。表参道駅が、渋谷駅と外苑前駅の中間に位置するように、表参道駅周辺におけるネイルサロンのデザインは、渋谷駅周辺と外苑前・青山一丁目駅周辺におけるネイルサロンの特徴も持ち合わせている。

それは料金にも反映して平均料金は両者の中間の7,720円である(表9)。デザインと料金との2点で、表参道駅周辺は渋谷駅周辺と外苑前・青山一丁目駅周辺との両方の性格を持つ存在となっている。

以上のように、対象地域におけるネイルサロンでは、料金に地域差がみられる。周囲に競合店があることや利用者の年齢層が低い場合、飾りが多いネイルデザインの場合は、基本料金が低くなる傾向にある。一方、立地地点の地価が高い場合、飾りがなくトーンを抑えたネイルデ

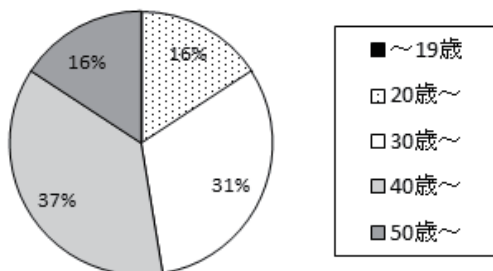


図10 ネイルサロン利用者の年齢別割合  
(複数回答可)

現地調査より作成



ザインの場合は、基本料金が低い傾向にある。このように「競合」、「客層」、「地価」、「デザイン」といった要因がそれぞれ作用して料金の地域差が形成されているのである。

## V. まとめ

本研究では青山通りとその周辺300mを対象にネイルサロンの立地と特徴、料金の地域差について考察した。また、日本全国と東京都についての店舗数と人口の関係についても触れた。立地とその特徴については以下のことが明らかとなった。

日本全国におけるネイルサロンは、人口の多いところに多く立地している。また、東京都は昼間人口が夜間人口を上回る地域にネイルサロンが多く立地していた。

対象地域におけるネイルサロンはすべて「駅前」立地である。実際にどのような建物で営業しているかみてみると雑居ビルが多くを占めており、その中層階に入っている店舗が多い。土地の価格が高いとされている「駅前」立地であるが、中層階に立地することで賃料を抑えているといえる。

料金の地域差については以下のことが明らかとなった。ネイルサロンが多く立地している地域は競争が激しくなるため、料金も低い店舗が多い。また、平均料金以上の店舗の大部分が駅の近くや幹線道路沿いに立地しており、料金は地価にも左右される。それに加えて、客層やネイルデザインも対象地域におけるネイルサロンの料金に地域差を生じさせる要因となっている。このように、いくつかの要因が重なり料金の地域差が生まれている。

本研究の目的はネイルサロンの立地展開とその特徴、料金の地域差を明らかにすることであったが、今回の調査対象は「駅前」立地であった。駅前とはいえない幹線道路沿いやその

他の場所に立地している店舗について明らかにすることが今後の課題としてあげられる。また、産業規模が拡大し続けているネイルサービス業について、今後の動向などを研究し続けていくことは重要な意義があるといえるが、それはまさに今後委ねるしかない課題である。

## 文献

- 大井義雄・川崎秀昭 (2007)：『色彩－カラーコーディネーター入門－』日本色研事業。
- 川口志のぶ (2014)：集積地におけるネイルサロンの立地特性－新宿駅周辺の研究から－，法政地理，46，pp.25-34.
- 原田隼 (2009)：東京都台東区におけるマンガ喫茶の立地展開，国土大学地理学報告，17，pp.9-22.
- 渡部正浩 (2006)：東京都における臨床心理士オフィスの立地パターン，経済地理学年報，52，pp.193-204.
- 日本ネイリスト協会 (2008)：『ネイル白書2008-2009』日本ネイリスト協会。
- 日本ネイリスト協会 (2010)：『ネイル白書2010-2011』日本ネイリスト協会。
- 日本ネイリスト協会 (2012)：『ネイル白書2012-2013』日本ネイリスト協会。

## 引用したwebサイト一覧

- <http://itp.ne.jp/?rf=1> 2014年9月11日，iタウンページ，NTT番号情報株式会社。
- <http://beauty.hotpepper.jp/> 2014年10月29日，ホットペッパービューティー，リクルート社。
- <http://www.soumu.go.jp/> 2014年11月3日，総務省ホームページ，総務省。
- <http://www.chikamap.jp/commit.asp> 2014年11月30日，全国地価マップ，一般財団法人財産評価システム研究センター。
- <http://www.jmar.co.jp/> 2014年10月29日，日本能率協会総合研究所ホームページ，株式会社日本能率協会総合研究所。
- <http://www.macromill.com/> 2014年10月29日，マクロミルホームページ，株式会社マクロミル。